

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi

Petrus Gomies
W. F. Pesoth

Abstract: *The purpose of this study is to determine and analyze the service tax based on the variables Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible to the satisfaction of individual taxpayers in the Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado. The methodology used is quantitative research methods, and data was collected through questionnaires and documentation. Samples of random sampling on 100 respondents. Data were analyzed using multiple regression analysis using computer assistance with SPSS program version 16. The results showed that the reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible have a significance value under 0.05, so it can be said that the five variables have an influence significantly to the satisfaction of individual taxpayers, with a positive regression coefficient indicates the direction which means that all variables have a significant positive influence on the satisfaction of individual taxpayers. It is suggested that an increase in the quality of service for employees in the form of accuracy and speed of service, control of information, provision of security guarantees, a friendliness and courtesy, as well as having a clean and attractive appearance, thus the expected satisfaction of taxpayers will get satisfaction.*

Key Words: *Service of Quality, Satisfaction*

Wajib pajak merupakan faktor utama yang menentukan sukses atau tidaknya kegiatan pemungutan dan pengumpulan pajak. Oleh karena itu, eksistensinya harus mendapatkan tempat yang paling terhormat seperti mendapatkan pelayanan yang terbaik, kebutuhannya akan kemudahan, kenyamanan dan kepastian hukum harus dijamin. Pada kenyataannya, banyak wajib pajak merasa menemui hambatan dalam proses pelayanan yang diberikan aparat perpajakan seperti petugas yang lamban, tidak ramah, berbelit-belit, menunggu terlalu lama, kantor dan layanan kurang nyaman, fasilitas yang tidak memadai, dan lain sebagainya yang menimbulkan adanya keluhan, *complain*, dan keengganan wajib pajak menyelesaikan kewajiban perpajakannya. Pada gilirannya akan berakibat pada tumbuhnya sikap tidak patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan.

Berdasarkan data di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado, rasio wajib pajak yang memasukkan SPT Tahunan sejak tahun 2008 sampai tahun 2010 terus mengalami penurunan. Tahun 2008 proporsi wajib pajak yang memasukkan SPT Tahunan 73.97 %, tahun 2009 64.04% dan tahun 2010 37.48 atau kurang dari separuh wajib pajak terdaftar. Sementara itu, wajib pajak terdaftar dari tahun ke tahun justru meningkat. Tahun 2009 meningkat sebanyak 32.049 wajib pajak dan tahun 2010 meningkat 17.212 wajib pajak.

*Petrus Gomies adalah Lulusan Program Studi PSP Pascasarjana Unsrat
W. F. Pesoth adalah dosen Program Studi PSP Pascasarjana Unsrat*

Masih banyaknya wajib pajak yang belum membayar pajak, diduga merupakan indikasi semakin menurunnya kualitas layanan atau tidak terpenuhinya kepuasan wajib pajak, karena tidak sesuai dengan layanan yang diharapkan yang menyebabkan banyak wajib pajak tidak melaksanakan sebagian bahkan seluruh kewajibannya. Ini merupakan masalah yang harus dicarikan solusinya sebelum semakin banyak wajib pajak yang tidak melaksanakan kewajibannya, karena akan berdampak pada penurunan penerimaan pajak.

Kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, produsen dan lingkungannya yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pengguna layanan, di mana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna layanan Goetsch dan Davis dalam (LAN, 2003).

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2004), yaitu: (1) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan; (2) *Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya; (3) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas; (4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun; (5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Pada dasarnya kepuasan pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui bentuk suatu produk yang dikonsumsi (Gasperzs, 1997). Kepuasan pelanggan dipersepsi sebagai keinginan pelanggan atas suatu layanan yang dialaminya (*customer satisfaction is a customer perception of a single service experience*) (Zeithaml dan Beitner, 2000). Dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan. Bila kinerjanya di atas pengharapannya, maka pelanggan akan sangat puas, senang dan gembira.

Kepuasan merupakan tujuan utama pelayanan prima (Sutopo dan Suryanto, 2003). Setiap aparatur pelayanan berkewajiban memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila aparatur pelayanan mengetahui siapa pelanggannya. Mengetahui siapa pelanggannya, maka aparatur pelayanan akan dapat mengidentifikasi apa keinginan pelanggan.

Secara garis besar kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu loyalitas pelanggan dan getok tular (*word of mouth*) positif (Chandra, 2002).

Kepuasan sebagaimana tingkat persamaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya (Lukman, 2000). Dijelaskan bahwa kepuasan pada hakikatnya berkaitan dengan faktor kebutuhan seseorang (pelanggan). Artinya, jika kebutuhan seseorang terpenuhi, maka orang tersebut akan merasa puas, demikian sebaliknya. Karena itu, kepuasan adalah perasaan senang atau percaya atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2005).

UU Nomor 28 tahun 2007 mengartikan pajak sebagai kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Sementara itu menurut UU Nomor 28 tahun 2007 wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. UU Nomor 6 tahun 1983 menyatakan bahwa wajib Pajak adalah orang atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan. Pajak sebagai iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh wajib pajak dengan membayarnya menurut peraturan-peraturan dengan tidak mendapat tenggang prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara menyelenggarakan pemerintahan (Andriani, 2009).

Rumusan Masalah terdiri dari: (1) Apakah pelayanan pajak berdasarkan Kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (2) Apakah pelayanan pajak berdasarkan Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (3) Apakah pelayanan pajak berdasarkan Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (4) Apakah pelayanan pajak berdasarkan Empati berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (5) Apakah pelayanan pajak berdasarkan Wujud fisik berpengaruh terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (6) Apakah pelayanan pajak berdasarkan Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Wujud fisik, menjelaskan variasi kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: (1) Kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (2) Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (3) Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (4) Empati berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (5) Wujud fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (6) Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Wujud fisik, menjelaskan variasi kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado. Waktu penelitian berlangsung selama tiga bulan. Penelitian ini merupakan suatu riset survei yang bersifat eksplanasi. metode yang digunakan ialah metode penelitian Kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian yaitu berjumlah 100 responden. Cara atau teknik pengambilan sampel dilakukan secara *random sampling*. Wajib pajak yang akan diambil sebagai anggota sampel ialah wajib pajak orang pribadi.

Definisi operasional variabel penelitian adalah: (1) Kehandalan (X_1) ialah kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan kepada wajib pajak orang pribadi. Variabel ini diukur dengan ketepatan waktu, kecepatan layanan dan kesesuaian janji; (2) Daya tanggap (X_2) ialah daya tanggap dari pegawai dalam memberikan pelayanan kepada wajib pajak orang pribadi. Variabel ini diukur dengan kesigapan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi wajib pajak orang pribadi, mampu memberikan informasi yang dibutuhkan wajib pajak orang pribadi dan mampu menjawab pertanyaan dari wajib pajak orang pribadi; (3) Jaminan (X_3) ialah jaminan yang bisa diberikan oleh pegawai kepada wajib pajak orang pribadi. Variabel ini diukur dengan pengetahuan pegawai tentang keberadaan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado, pengetahuan tentang bagian-bagian yang ada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado dan jaminan rasa aman terhadap rahasia wajib pajak orang pribadi yang diberikan oleh pegawai; (4) Empati (X_4) ialah kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan dari wajib pajak orang pribadi. Variabel ini diukur dengan keramahan yang diperlihatkan oleh pegawai dalam melayani wajib pajak orang pribadi, kesopanan yang diperlihatkan oleh pegawai dalam melayani wajib pajak orang pribadi, mudah dijumpai bila sewaktu-waktu wajib pajak orang pribadi membutuhkannya;

(5) Wujud fisik (X_5) ialah adanya perlengkapan serta penampilan fisik dari pegawai. Variabel ini diukur dengan penampilan meliputi kerapian dalam berpakaian dari pegawai saat melayani wajib pajak orang pribadi, dan kelengkapan dari pegawai saat melayani wajib pajak orang pribadi;

(6) Kepuasan wajib pajak (Y) ialah kepuasan yang dirasakan oleh wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado. Variabel ini diukur dengan rekomendasi bersifat positif terhadap orang lain dan kerajinan dalam membayar wajib pajak orang pribadi.

Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + {}_1X_1 + {}_2X_2 + {}_3X_3 + {}_4X_4 + {}_5X_5 + e$$

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dilakukan dengan Uji t (uji secara parsial) dan uji Uji F (uji secara keseluruhan). Sedangkan untuk menganalisis data menggunakan program SPSS versi 16.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Variabel Kehandalan (*reliability*) Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi

Berdasarkan hasil penelitian ternyata kehandalan (*reliability*) menunjukkan harga koefisien regresi $b_1 = 0,183$. Hal ini berarti apabila X_1 mengalami kenaikan sebesar satu skala/poin, dengan asumsi variabel *independen* lainnya tetap, maka tingkat variabel kepuasan wajib pajak orang pribadi akan meningkat sebesar 0,183. Hasil pengujian dalam penelitian ini diperoleh nilai t untuk variabel kehandalan (*reliability*) menunjukkan nilai $t = 2,318$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$. Nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa kehandalan (*reliability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi, dan mempunyai arah koefisien regresi positif berarti bahwa kehandalan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi. Semakin tinggi kehandalan pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula kepuasan wajib pajak orang pribadi, sebaliknya semakin rendah kehandalan pelayanan yang diberikan semakin rendah pula kepuasan wajib pajak orang pribadi.

2. Pengaruh Variabel Daya tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi

Harga koefisien regresi $b_2 = 0,193$. Hal ini berarti apabila X_2 mengalami kenaikan sebesar satu skala/poin, dengan asumsi variabel *independen* lainnya tetap, maka tingkat variabel kepuasan wajib pajak orang pribadi akan meningkat sebesar 0,193. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan nilai $t = 2,688$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$. Nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi, dan menunjukkan arah koefisien regresi positif berarti bahwa daya tanggap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi. Semakin tinggi daya tanggap yang ada dalam perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan wajib pajak orang pribadi, sebaliknya semakin rendah daya tanggap yang ada dalam perusahaan semakin rendah pula kepuasan wajib pajak orang pribadi.

3. Pengaruh Variabel Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi

Harga koefisien regresi $b_3 = 0,322$. Hal ini berarti apabila X_3 mengalami kenaikan sebesar satu skala/poin, dengan asumsi variabel *independen* lainnya tetap, maka tingkat variabel kepuasan wajib pajak orang pribadi akan meningkat sebesar 0,322. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan nilai $t = 3,959$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi, dan menunjukkan arah koefisien regresi positif berarti bahwa jaminan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi. Semakin besar jaminan yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan wajib pajak orang pribadi, sebaliknya semakin rendah jaminan yang diberikan perusahaan semakin rendah pula kepuasan wajib pajak orang pribadi.

4. Pengaruh Variabel Empati (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Wajib Pajak

Harga koefisien regresi $b_4 = 0,218$. Hal ini berarti apabila X_4 mengalami kenaikan sebesar satu skala/poin, dengan asumsi variabel *independen* lainnya tetap, maka tingkat variabel kepuasan wajib pajak orang pribadi akan meningkat sebesar 0,218. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kepedulian (*empathy*) menunjukkan nilai $t = 2,094$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$. Nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa kepedulian (*empathy*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi. Hal ini berarti Hipotesis 5 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa empati memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi. Semakin besar kepedulian (*emphaty*) yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan wajib pajak orang pribadi, sebaliknya semakin rendah kepedulian (*emphaty*) yang diberikan perusahaan semakin rendah pula kepuasan wajib pajak orang pribadi.

5. Pengaruh Variabel Wujud Fisik (*Tangible*) Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi

Harga koefisien regresi $b_5 = 0,148$. Hal ini berarti apabila X_5 mengalami kenaikan sebesar satu skala/poin, dengan asumsi variabel *independen* lainnya tetap, maka tingkat variabel kepuasan wajib pajak orang pribadi akan meningkat sebesar 0,148. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel tampilan fisik (*tangible*) menunjukkan nilai $t = 3,430$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi. Semakin baik bukti fisik yang ada dalam perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan wajib pajak orang pribadi, sebaliknya semakin tidak baik bukti fisik yang ada dalam perusahaan semakin rendah pula kepuasan wajib pajak orang pribadi.

6. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan. Pajak Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Orang Pribadi (Uji F)

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan wujud fisik pelayanan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap, kepuasan wajib pajak orang pribadi. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar dari variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari tingkat probabilitas signifikansi (P_{value}) yang paling rendah (kecil). Hasil analisis data menunjukkan bahwa P_{value} pada tabel uji statistik menunjukkan bahwa variabel jaminan dan wujud fisik memiliki P_{value} yang paling kecil, sehingga dapat diartikan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang sangat dominan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa: (1) Kehandalan (*reliability*) yang diukur dengan indikator ketepatan waktu, kecepatan layanan dan kesesuaian janji dalam memberikan pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (2) Daya tanggap (*responsiveness*) yang diukur dengan indikator kesigapan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi wajib pajak orang pribadi, mampu memberikan informasi yang dibutuhkan wajib pajak orang pribadi dan mampu menjawab pertanyaan dari wajib pajak orang pribadi, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (3) Jaminan (*assurance*) yang diukur dengan indikator pengetahuan pegawai tentang keberadaan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado, pengetahuan tentang bagian-bagian yang ada di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado dan jaminan rasa aman terhadap rahasia wajib pajak orang pribadi yang diberikan oleh pegawai, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (4) Empati (*empathy*) yang diukur dengan indikator keramahan yang diperlihatkan oleh pegawai dalam melayani wajib pajak orang pribadi, kesopanan yang diperlihatkan oleh pegawai dalam melayani wajib pajak orang pribadi, mudah dijumpai bila sewaktu-waktu wajib pajak orang pribadi membutuhkannya, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (5) Wujud fisik (*tangible*) yang diukur dengan indikator penampilan meliputi kerapian dalam berpakaian dari pegawai saat melayani wajib pajak orang pribadi, dan kebersihan lingkungan dan kelengkapan peralatan saat melayani wajib pajak orang pribadi, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (6) Variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan wujud fisik (*tangible*) secara bersama-sama, menjelaskan variasi kepuasan wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado, dalam artian kepuasan wajib pajak orang pribadi akan meningkat apabila ke lima variabel diatas ditingkatkan secara bersama-sama, namun turut juga dipengaruhi oleh variabel-variabel (faktor) lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dalam penelitian ini disarankan: (1) Diharapkan manajemen memberikan kesempatan kepada pegawainya untuk meningkatkan kemampuan pegawai melalui program pendidikan dan pelatihan, sehingga dengan kemampuan yang diperoleh dari program pendidikan dan pelatihan diharapkan mampu menyelesaikan pekerjaan yang diberikan secara cepat, tepat dan selesai pada waktu yang telah dijanjikan; (2) Diharapkan pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado memiliki sikap yang sigap terhadap semua wajib pajak orang pribadi dan memiliki pengetahuan tentang permasalahan yang terjadi, sehingga pegawai dapat memberi informasi dan menjawab permasalahan yang sedang dihadapi oleh wajib pajak orang pribadi; (3) Diharapkan pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado mampu memberikan jaminan rasa aman kepada wajib pajak orang pribadi dengan cara meyakinkan mereka melalui aturan maupun prosedur yang berlaku di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado; (4) Pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Manado, kiranya melayani wajib pajak orang pribadi dengan memiliki rasa empati yang tinggi dengan cara memperlakukan wajib pajak orang pribadi secara ramah, sopan, serta mudah dijumpai, dengan demikian diharapkan wajib pajak orang pribadi akan merasakan kepuasan dari pelayanan yang diberikan, sehingga membutuhkan pegawai yang mampu memiliki kesadaran bahwa wajib pajak orang pribadi merupakan segala-galanya tanpa pandang bulu dalam melakukan pelayanan; (5) Diharapkan manajemen harus memelihara bahkan lebih meningkatkan fasilitas kelengkapan berupa peralatan yang modern didalam menunjang proses pelayanan, serta tetap memperhatikan penampilan pegawai sebagai pemberi layanan pada wajib pajak orang pribadi; (6) Masih terdapatnya faktor lain diluar faktor kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan wujud fisik (*tangible*), yang menjelaskan variasi kepuasan wajib pajak orang pribadi, maka diharapkan adanya penelitian lain yang tujuannya untuk mengetahui faktor-faktor tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Anonim. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Anonim. 2007. *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga Atas UU Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan*.
- Chandra, E. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Gasperzs, V. 1997. *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium Jilid I dan II. Terjemahan Hendra Teguh, Ronny A, dan Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Lembaga Administrasi Negara. 2003. *Penyusunan Standar Pelayanan Publik*. Jakarta: LAN.
- Lukman, S. 2000. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA-LAN.

- Lupiyoadi, R. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Sutopo dan A. Suryanto. 2003. *Pelayanan Prima*. Jakarta: LAN-RI.
- Zheithaml, V. A. dan Beitner, M. J. 2000. *Service Marketing*. Boston: Irwin McGraw-Hill.